

Especificación De Un Modelo De Emprendedurismo Social

Specifying A Model Of Social Entrepreneurship

Cruz García Lirios

garcialirios@uaemex.mx

Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

En virtud de que el emprendedurismo es definido como una respuesta ante situaciones de riesgo e incertidumbre, los estudios empíricos han establecido éste factor como mediador de las relaciones entre la identidad y la satisfacción laboral. O bien, el emprendimiento ha sido estudiado desde cinco dimensiones; creatividad, emotividad, capacitación, visión y oportunidad. Precisamente, ésta última dimensión es especificada con la finalidad de estudiar al emprendimiento como factor emergente a partir de ocho indicadores. Para tal propósito, se llevó a cabo un estudio documental en tres bases de datos digitales que buscaron las palabras claves asociadas al emprendimiento. La especificación se llevó a cabo mediante el contraste del marco teórico y conceptual así como de los hallazgos reportados por el estado del conocimiento. Se incluyó una discusión en torno a los aportes investigativos del modelo especificado para resaltar los aportes posibles en un escenario local.

Palabras claves: Emprendimiento, oportunidad, capacidad, conformidad, innovación.

Abstract

Given that entrepreneurship is defined as a response to situations of risk and uncertainty, empirical studies have established this factor as a mediator of the relationship between identity and job satisfaction. Or, entrepreneurship has been studied from five dimensions; creativity, emotion, empowerment, vision and opportunism. Indeed, the latter dimension is specified in order to study entrepreneurship as an emerging factor from eight indicators. For this purpose, we carried out a desk study on three digital databases that searched keywords associated with entrepreneurship. The specification was done by contrasting the theoretical and

conceptual framework and findings reported by the state of knowledge. It included a discussion around the specified research contributions to highlight possible contributions in a local scenario model.

Keywords: Entrepreneurship, opportunity, capacity, compliance, innovation.

Introducción.

El emprendimiento es un fenómeno global que consiste en la gestión pública de conocimientos para su diseminación entre los actores políticos, agentes económicos y talentos sociales a fin de preservar los recursos naturales para el Desarrollo Sustentable de las representaciones, habitus, campos, capitales y capacidades de las generaciones futuras (Sen, 2011). Precisamente, el objetivo del presente trabajo es exponer las relaciones conceptuales entre las dimensiones del emprendedurismo en una localidad mexicana. Para llevar a cabo tales propósitos se realizó una revisión teórica y empírica con la finalidad de discutir los conceptos y hallazgos circunscritos al espíritu empresarial. Ello permitirá abrir la discusión en torno a la relación entre Estado, trasnacionales, pymes y comunidades en situaciones de escasez e inequidad en la distribución de recursos (Carreón, García, Morales y Rosas, 2013).

El Emprendedurismo supone representaciones, habitus, campos y capitales en torno a la producción, comercialización y formación empresarial. En cierto sentido, la objetivación y anclaje, procesos esenciales de las representaciones sociales, explican la transformación de saberes y conocimientos en sentido común, más precisamente, heurísticos desde los cuales la lógica de oferta y demanda se desvanece en afectos o sentimientos acerca de orientar tiempo y dinero a la producción de café.

Empero, no sólo los conocimientos son trastocados por fuerzas emprendedoras, sino además ajustados a la dinámica local ecoturista. En este sentido, el discurso entre otros elementos, es el medio para construir predisposiciones en torno a la caficultura.

Es así como a través de las representaciones sociales, la caficultura se transforma en habitus discursivos desde los que se sustentan las convenciones locales en referencia a las convenciones globales ya que las microempresas al estar vinculadas con trasnacionales adoptan formas organizativas y discursos para fomentar el espíritu emprendedor en habitantes de “pueblos mágicos” como en el caso de la región huasteca en Xilitla, San Luis Potosí, México.

Se trata de un proceso en el que los símbolos, significados y sentidos son categorizados en imágenes que impactan la interpretación y acción personal, aunque tal proceso se disemina a los grupos y organizaciones relativas al café. Esto hace

posible la distinción social de un sector emprendedor en alusión a la comunidad, pero incluso en referencia a los demás grupos agricultores de la región huasteca.

A nivel discursivo, no sólo es posible diferenciar los símbolos o significados en sus ámbitos temporales o espaciales, sino además anticipar la diversidad de expectativas que se generan luego de que una actividad empresarial se ha erigido como un sello distintivo de una comunidad en clara alusión a la industria, el comercio, el turismo o las pobreza, marginación, vulnerabilidad o exclusión. Tales dimensiones se condensan en propensión o aversión al futuro ya que mientras las representaciones sociales se conectan con el pasado y el futuro, generan predisposiciones de riesgo en torno a los cuales se planifica una siembra y cosecha. Es decir, la representación de la caficultura parece circunscribir a preferencias, acciones, sentimientos o pensamientos los cuales constituyen discursos que delimitan campos de expectativas y generan relaciones de cooperación y confianza (Carreón, Morales, Rivera, García y Hernández, 2014).

¿Qué representaciones, habitus, campos, capitales en torno a la caficultura inciden en qué capacidades emprendedoras y en qué contextos de migración o comercio en Xilitla?

Tal cuestión implica cinco marcos teóricos explicativos de la imbricación de la caficultura en los discursos de productores y comerciantes. La Teoría de Representaciones Sociales al ser un proceso de comunicación de innovaciones respecto a la caficultura, se infiltra en los símbolos y significados que construyen los microempresarios. Una vez que estos se han infiltrado en imágenes y palabras, ahora son recuperados como repertorio de conocimientos respecto a la siembra o cosecha de café.

Si una representación vincula a la caficultura con otros menesteres personales o comunitarios, entonces supone disposiciones que facilitan la objetivación o el anclaje de la información relativa a la siembra, cosecha, clima, plagas, precios y cotizaciones. Si tales disposiciones han sido transferidas de generación en generación entonces un estudio longitudinal daría cuenta de las representaciones, objetivación y anclaje, así como de sus habitus, heredado o adquirido, a lo largo de un periodo relativamente transitorio en el que la comunidad pasó de ser migrante a microempresaria.

Es así como la Teoría del Habitus Discursivo enfoca los esfuerzos de explicación en aquellos símbolos de los que pueden derivarse símbolos, agruparse y resignificarse evidenciando al mismo tiempo un modo de pensar, actuar y sentir que distinguiría a Xilitla de otros pueblos originarios o mágicos dedicados a la caficultura.

Para los propósitos del presente estudio, diferenciar a las comunidades es el primer eslabón para inferir el proceso por medio del cual un grupo de migrantes se transformaron en microempresarios. En tal sentido, la Teoría de los Campos de Poder sostiene que los conflictos derivados de la distribución asimétrica de los insumos para la caficultura es el motor de los cambios que se avecinan en la producción y comercialización del café en la microrregión (García, Carreón y Hernández, 2014).

Sin embargo, tal transformación parece ser más discursiva ya que mientras los migrantes de Xilitla retornan, grupos de comerciantes se dan la tarea de emprender nuevos proyectos y planes de negocios que implican la difusión del pueblo como un lugar de turismo y recreación más que de producción y venta de café. A nivel de los símbolos, es necesario comprender las relaciones discursivas entre quienes generan empleos y quienes los diversifican con la difusión de innovaciones comunitarias tales como ecoturismo, producción orgánica, artesanía y comida típica (Rodríguez, Retamal, Lizana y Cornejo, 2011).

Tal proceso de diversificación e imbricación de la caficultura está centrado en la formación de redes colaborativas ya no sólo discursivas. Se trata de procesos de confianza en los que la cooperación entre las familias de caficultores hace factible su análisis como capitales sociales en las que el conocimiento ya no es un asunto de gestión, sino de representación, habitus y empoderamiento (Rojas, García y García, 2011).

De este modo, Xilitla se asume como una entidad próspera en lo económico porque está anclada en discursos que versan sobre el emprendimiento, comercio y progreso. Es decir, cuando menos la comunidad ya no presenta síntomas de empobrecimiento discursivo o económico. Las personas que viven en ésta micro región se asumen como responsables de su propio destino y actúan en consecuencia, llevan a cabo acciones motivados por la diferenciación social que supone ser migrante, comerciante, caficultor o microempresario.

Sin embargo, el proceso estaría incompleto si no reconociéramos las oportunidades en consonancia con las capacidades y responsabilidades de los habitantes de Xilitla para con sus generaciones futuras y demás redes de capital social que actúan a favor del progreso de la comunidad o por lo menos el distanciamiento con la pobreza. La Teoría de las Capacidades Económicas en consonancia con las libertades de elección para el revestimiento del tejido social en cuanto a empleo, salud y educación, asume que los individuos son agentes de conocimiento y gestión cuyas capacidades permiten la disseminación de responsabilidades para con los grupos en los que están inmersos.

Precisamente, es en este punto donde los símbolos y los significados respecto a la caficultura se vinculan con escenarios de colaboración y transferencia de saberes que les permiten a los comerciantes adentrarse en un mercado local. Es aquí donde parece emerger el conocimiento que posibilita la diferenciación de la caficultura en siembra, cosecha, refinamiento, empaquetamiento, logística, distribución, preparación y venta. Las nuevas generaciones de caficultores no sólo han objetivado o anclado el conocimiento, sino además lo han asumido como parte de sus estilos de vida y modos discursivos.

Frente a las problemáticas ambientales de sequías o inundaciones, las redes de capitales sociales en Xilitla responden con organización del cultivo en etapas diversificadas, pero confinadas al logro de metas que les garanticen el ciclo productivo. Más aún, el proceso productivo es complementado con la gestión y promoción de la caficultura en otras localidades de la región y más allá de la misma como entidad turística. Esta es la clave del éxito económico y la prosperidad en Xilitla de la que las remesas siguen siendo parte fundamental de la dinámica económica, pero es el capital simbólico el que impulsa las relaciones sociales, políticas y económicas. La cultura del emprendimiento o el espíritu emprendedor de Xilitla socava la pobreza e incentiva las capacidades empresariales y laborales para estabilizar las representaciones, habitus, campos y capitales relativos a la caficultura.

El trabajo llevó a cabo una investigación documental en las bases de datos de DALNET, LATINDEX y REDALYC con las palabras claves de emprendedurismo, oportunidad, compromiso, empatía y satisfacción de 2010 a 2014.

Problemáticas del emprendedurismo social.

El emprendedurismo social está relacionado con el desempleo global y local, ya que a medida que se incrementan las oportunidades de empleo, se incrementa el emprendimiento social, pero si aumenta el desempleo el emprendedurismo se reduce a su mínima expresión. Esto es así porque el emprendedurismo es resultado de la generación y percepción de oportunidades, cuando éstas no se intensifican el emprendedurismo pierde su valor organizacional y adquiere un matiz de percepción de riesgo hasta convertirse en una acciones colectiva inestable (García, Carreón y Bustos, 2012).

Gráfico 1. Tendencia de desempleo global.

Fuente: OIT (2010).

De este modo, es posible inferir el nivel de emprendedurismo a partir de la generación o ausencia de oportunidades de empleo. En el caso de Finlandia las oportunidades laborales supone una intensificación de emprendimiento, pero en el caso de Portugal, la recesión y crisis económica advierte percepciones de riesgo y conductas inestables en cuanto a la búsqueda laboral o el autoempleo (véase gráfico 1).

Gráfico 2. Tendencia de desempleo nacional.

Fuente: INEGI (2010).

En el caso de México que ocupa un lugar intermedio en la generación de empleo con respecto a los demás países de la región, esta tendencia reflejaría un emprendimiento mayor en Monterrey respecto a la media, pero inferior a esta en Acapulco durante el periodo que va de 1990 a 2004 (véase gráfico 2).

Gráfico 3. Tendencia de empleo infantil.

Fuente: INEGI (2010).

Sin embargo, el emprendedurismo no sólo estriba en la generación y consecuente percepción de oportunidades, sino en la innovación o cuando menos en la inconformidad por las opciones laborales. En este sentido, el empleo infantil devela un emprendimiento que se genera sin una oportunidad laboral y prestaciones sociales correspondientes. Más bien se trata de una tendencia que subyace a la falta de oportunidades ya no laborales, sino escolares (véase gráfico 3).

Gráfico 4. Niveles de instrucción del trabajo infantil.

Fuente: CONAGUA (2010).

De este modo, la mayoría de los trabajadores en edad infantil sólo cuentan con estudios incompletos básicos, mientras que quienes siguen estudiando retardan su inserción al mercado laboral (véase gráfico 4).

Gráfico 5. Tipos de apoyos económicos.

Fuente: INEGI (2010).

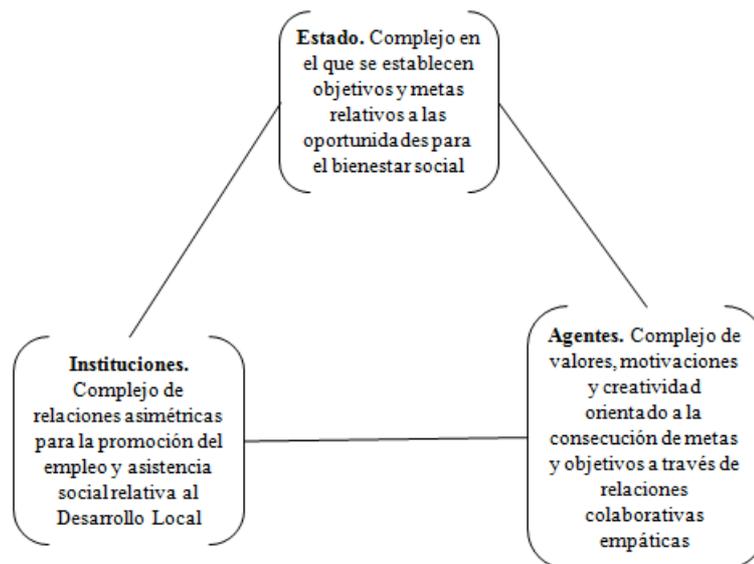
Las becas retardan la inserción laboral de quienes no cuentan con los recursos para seguir estudiando, pero en cambio desarrollan un emprendedurismo que por lo menos les ubica en el marco si su creatividad o innovación y no sólo su fuerza laboral les permiten (véase gráfico 5).

En síntesis, el emprendedurismo social es un fenómeno que pone de relieve la creatividad e innovación frente a la conformidad que supone un empleo con la seguridad social, pero es un fenómeno que se aproxima a la trata de personas ya que el trabajo infantil está expuesto a estas condiciones.

Teoría del emprendedurismo social.

Los fundamentos del emprendimiento social están ubicados en la relación asimétrica entre Estado, instituciones y agentes (véase figura 1). Se trata de un complejo de relaciones en función de objetivos y metas establecidas como oportunidades, capacidades y responsabilidades de elección. En este esquema, el Estado asume una función rectora y gobierna conforme la generación de oportunidades y seguridad social, pero en virtud de su transformación, las instituciones que coadyuvan al Desarrollo Local establecen redes de emprendimiento con agentes que por su grado de innovación tienen un efecto diferencial en las comunidades (García, Carreón, Hernández, Bautista y Méndez, 2012).

Figura 1. Fundamentos del emprendedurismo social.



Fuente: García (2014)

A medida que la rectoría del Estado disminuye, la acción gubernamental está centrada en la autonomía relativa de las instituciones y la apertura a la participación civil, preferentemente desde sus agentes (Caykoylu, Egri, Havlovic y Bradley, 2011). La rectoría del Estado reguló los salarios en función de la productividad, pero en el nuevo esquema desregulado, las instituciones son discrecionales en cuanto al

reconocimiento y estímulo económico de empresas y talentos. Baste decir que en las instancias de conciliación y arbitraje el Estado tiene un papel determinante e incluso preponderante (García, Carreón, Hernández y Morales, 2014).

Sin embargo, en el marco del Desarrollo Local, el poder de iniciativas y el poder de veto son instrumentos definitorios de las políticas laborales y de fomento empresarial. Es el caso de las reformas estructurales que en el rubro del empleo y salarios fueron establecidos como ejes secundarios del crecimiento, pero la formación de redes productivas se postuló como un eje fundamental de la transformación productiva (Celik, Turunc y Begenirbas, 2011). De este modo, el emprendedurismo social, desde la lógica de la rectoría del Estado supone es producto de la gestión del ejecutivo, pero desde el enfoque de las organizaciones implica la autogestión de agentes económicos y productivos tales como las micro, pequeñas y medianas empresas que son lideradas por talentos (Chiang, Méndez y Sánchez, 2010).

Figura 2. Factores determinantes del emprendedurismo social.

Fuente: García (2014)

La formación profesional de emprendedores no es institucional, pero es posible observar su configuración informal en las mipymes (Díaz, Hernández y Roldán, 2012). En este sentido, son cuatro los fundamentos del emprendimiento que se gesta en las empresas locales; se trata de la empatía o capacidad de autogestión considerando la disponibilidad de los recursos; la confianza como factor de relaciones y tareas que supone el consenso de los agentes; el compromiso como sentido de pertenencia, comparación y categorización del individuo frente a su grupo productivo y la satisfacción como resultado del clima de relaciones y las funciones asignadas con responsabilidad (véase figura 2).

Los factores determinantes del emprendimiento abren la discusión en torno a las diferencias entre éste constructo y el relativo a la agencia (Figueiredo, Grau, Gil, y García, 2012). En realidad son muy similares ya que el emprendimiento supone la capacidad de agencia que consiste en la toma de decisiones a partir de libertades de elección que transformen el entorno y trasciendan al individuo como al grupo al que pertenece, pero su diferencia estriba en que el emprendimiento es necesariamente innovador mientras que la agencia es una capacidad no conformista. En efecto, la innovación es resultado de la sistematización de estilos de vida y relaciones productivas, mientras que la conformidad es el ajuste de las capacidades a un sistema organizacional (Gaxiola, Frías, Hurtado, Salcido y Figueroa, 2011).

Es así como el emprendedurismo va de la conformidad a la innovación, mientras que la agencia sólo se aproxima a la inconformidad y puede devenir en estilos de vida coercitivos en función de sistemas disuasivos más que persuasivos, factor determinante de la innovación (González, Sánchez y López, 2011).

Figura 3. Axiología del emprendedurismo social.

Fuente: García (2014)

De este modo, el emprendimiento conformista está supeditado a sistemas monopólicos en los que el aumento de la productividad no se relaciona con un incremento salarial. Se trata de disposiciones orientadas por climas limitantes de la creatividad (González, Sánchez y López, 2011).

En contraste, el emprendedurismo innovador es resultado de oportunidades, capacidades, acuerdos y responsabilidades que al interior de una organización pueden gestarse una vez que se ha establecido una red de conocimiento más que de tareas (Guillén, Lleó y Perles, 2011).

La diferencia esencial entre clima de tareas y clima de conocimiento tendría un reflejo en el emprendimiento conformista y su dimensión innovadora, la conformidad supone el establecimiento de sistemas monopólicos y la innovación supondría climas de productores de información (véase figura 3).

En resumen, la Teoría del Emprendedurismo Social anticipa escenarios de conformidad u obediencia frente a situaciones prospectivas de creatividad e innovación (Hallak, Brown y Lindsay, 2012). La reproducción del control social por parte de la rectoría del Estado estaría vinculada con la conformidad ya que es producto del poder coercitivo y disuasivo. En contraste, la influencia que se gesta en los climas de producción del conocimiento devela la creatividad e innovación social que por el grado de sistematización de estilos de vida influyen sobre los climas de relaciones de otros grupos (Hazlina, Mohd y Rohaida, 2012).

Sin embargo, la Teoría del Emprendimiento Social sólo anticipa escenarios de conformidad e innovación sin considerar el grado de estrés y violencia organizacional que inhibe la creatividad e innovación promoviendo más bien la obediencia, el control y la dominación social.

Estado del conocimiento del emprendedurismo social

El espíritu emprendedor ya sea heredado en el lugar de origen o adquirido en el lugar de estancia migrante supone un proceso que culminaría con la satisfacción de

vida a medida que la remuneración se incrementa o las oportunidades se diversifican (Chiang, Méndez y Sánchez, 2010). Es decir, la satisfacción de vida parece tener un vínculo con el espíritu emprendedor en cuanto a la búsqueda de utilidad, ganancia y beneficio por una actividad sistemática y que implica un compromiso con una organización (véase tabla 2 en el anexo).

Es por ello que en contextos de incertidumbre el Mobbing inhibe la satisfacción de vida y resignifica el espíritu emprendedor ya que los obstáculos que representan las relaciones de tarea están socavados por las relaciones humanas (López, Vázquez y Montes, 2010). En efecto, si las relaciones entre compañeros se sobrepone a los objetivos del grupo, entonces en el espíritu emprendedor emergen dimensiones de orden resiliente en los que el individuo desarrollará estrategias de afrontamiento ante los inconvenientes de laborar bajo un clima de tensión.

En tal escenario, el espíritu emprendedor correlaciona con estilos de liderazgo transformacional en los que cada uno de sus síntomas están sustentados por acciones específicas de innovación que trastocan otros estilos correctivos, evitativos, o motivadores (Molero, Recio y Cuadrado, 2010). En este sentido, las relaciones humanas entre líderes y subordinados parecen influir en el emprendimiento individual más que colectivo o grupal por el simple hecho de incluir valores egocéntricos más que altruistas.

También se observan diferencias entre hombres y mujeres con respecto a situaciones de estrés en las que el espíritu emprendedor es inhibido más en los grupos masculinos que en los femeninos (Moreno, Ríos, Canto, García y Perles, 2010). Al parecer, las relaciones que se establecen entre hombres facilita el afrontamiento de ruido.

Es en los grupos masculinos en donde se gesta un clima de confianza que se vincula más con la satisfacción de vida, principal indicador del espíritu emprendedor (Omar, 2010). A medida que las tareas implican la mayor coordinación se incrementa la colaboración entre los trabajadores, pero una reducción de la misma está más próxima a la frustración, aunque ello implica la innovación de ideas como otro síntoma del emprendedurismo (Rante y Warokka, 2013).

Sin embargo, los acuerdos entre líderes parece afectar más la dinámica de trabajo entre los subordinados e incluso los motiva a llevar a cabo estrategias para ajustar sus acciones a las decisiones de los altos mandos (Yañez, Arenas y Ripoll, 2010). Ello significa que el espíritu emprendedor también estaría motivado por la dinámica de decisiones y sus efectos sobre la estabilidad laboral de los empelados.

Si la satisfacción laboral es el resultado de un clima de tareas y relaciones positivas, entonces el espíritu emprendedor tendría dos dimensiones. La primera dimensión sería el producto de contextos favorables a la formación de grupos así como a la consecución de objetivos mientras que la segunda sería el resultado de una serie de barreras y obstáculos desde las que se incentiva la creatividad y la innovación (Adenike, 2011).

Empero, si los resultados se alejan de las metas establecidas, entonces surgen una serie de conflictos que avizoran el cambio el cambio de paradigma en las relaciones interpersonales y el modo en que el trabajo en equipo se lleva a cabo (Celik, Turunc y Begenirbas, 2011).

En otros caso, el espíritu emprendedor al correlacionar espuriamente con la satisfacción de vida denota otros factores que le estarían influyendo ya que estaría más bien indicado por factores de orden impersonal y cercanos a niveles de estrés que lejos de aminorar el emprendedurismo lo acreditan como una alternativa ante contingencias organizacionales (Jyoti y Jyoti, 2011).

En referencia al desempeño y la productividad, ambas dimensiones del espíritu emprendedor anuncian la incorporación de estilos de vida que se desarrollan al interior de las organizaciones como respuesta a la ausencia de liderazgos (Rodríguez, Retamal, Lizana y Cortejo, 2011). Esto significa que cuando los canales de comunicación se encuentran bloqueados, entonces los empleados se adaptan a un patrón de producción que los lleva a conseguir las metas. Esto es así porque en ámbitos laborales está de por medio la estabilidad económica de talentos que ante la embestida de problemáticas inherentes a la alta dirección o crisis de reconocimiento, desarrollan habilidades, conocimientos y valores orientados a la innovación de los procesos más que al control de calidad (Rojas, García & García, 2011). El emprendimiento es bajo el contexto del conflicto una construcción de las necesidades, expectativas y competencias de empleados.

Sin embargo, el espíritu emprendedor también subyace por el sentido de comunidad, arraigo e identidad en torno a una región, localidad o espacio (Yuangion, 2011). Es decir, los trabajadores que residen en las zonas aledañas a las organizaciones están dispuestos a aceptar las condiciones de trabajo mientras se generen empleos que favorezcan a la comunidad, aunque la empresa se lleve la mayor de las ganancias (Mendoza, Orgambidez y Carrasco, 2010).

Son los procesos de identidad los que envuelven el emprendedurismo, pero también la competencia por los recursos. En ambos casos, el compromiso

organizacional se revela como un factor relevante al incidir sobre el desempeño, la satisfacción y las competencias (Anwar y Norulkamar, 2012).

En aquellas localidades en donde las transnacionales implementaron sistemas de gestión de conocimiento y transfirieron a la comunidad un modelo de producción, el compromiso laboral se intensificó (Díaz, Hernández y Roldán, 2012). Esto es, se generó un conocimiento compartido, pero en los casos en donde el conocimiento fue el resultado de la tecnología de transnacionales y la participación local comunitaria, el compromiso también se incrementó sustancialmente (Hallak, Brown y Lindsay, 2012). Los mismos procesos se observaron en aquellos casos en los que las empresas transnacionales implementaron modelos de gestión de conocimiento en las pequeñas y medianas empresas locales (Hazlina, Mohd y Rohaida, 2012). El compromiso laboral parece haber sido el determinante principal del emprendedurismo siempre que la confianza y la innovación estuvieron correlacionadas con ambas variables (Tayo y Adeyemi, 2012).

A partir de tales revisiones es posible afirmar que el emprendedurismo tiene como indicadores esenciales al compromiso, confianza, innovación, cooperación y resiliencia (Cardon, Gregoire, Stevens & Patel, 2013; Danes y Joyoung, 2013). Al relacionarse con la cultura local, los usos y costumbres comunitarios así como con la identidad regional, el espíritu emprendedor incrementó sustancialmente sus valores de satisfacción de vida (Rante y Warokka, 2013).

No obstante, la planificación estratégica a partir de estándares internacionales de calidad ha repercutido en una mayor productividad e intensificación de la competitividad más que los modelos híbridos y las alianzas entre transnacionales y pymes (Zampetakis y Mostakis, 2013).

En síntesis, el estado de la cuestión advierte sobre la emergencia del emprendedurismo en contextos locales desde los que se gestan alianzas estratégicas a nivel regional y local en los que las comunidades adoptan sistemas de gestión, producción, logística y ventas diseminados por las transnacionales a través de pymes o micro-empresas (Jyoti y Jyoti 2011).

En un contexto en el que las políticas de fomento empresarial se intensifican, el espíritu emprendedor parece ser una respuesta de las comunidades que anteriormente eran migrantes y que ahora son escenarios de inversión federal y local que los adentró en una dinámica sobre la cual construyeron representaciones, habitus, campos, capitales y capacidades orientadas al desarrollo local (véase figura 4).

En resumen, el estado del conocimiento ha establecido relaciones de dependencia entre el emprendedurismo y la representación, la identidad, la capacidad, el liderazgo, la responsabilidad y la satisfacción (véase tabla 1).

Tabla 1. Especificación de trayectorias.

Año	Autor	Especificación	Trayectoria
2010	Borjas	El emprendimiento es un tema de opinión pública dado el grado de representación social. En este sentido, su dimensión innovadora estaría vinculada con los temas establecidos en la agenda de producción del conocimiento.	Representación → emprendimiento → producción
2010	Chiang, Mendez y Sánchez	El emprendedurismo está determinado por las oportunidades al interrelacionarse con la antigüedad laboral, pero sus dimensiones conformista e innovadora parecen estructurarse en torno a las capacidades.	Oportunidades → capacidades → emprendimiento
2010	Fuentes y Sánchez	La creatividad que supone el emprendimiento está relacionada con la identidad femenina. En este sentido, el emprendimiento innovador adquiere un matiz femenino y el emprendimiento conformista un tamiz masculino.	Identidad → emprendimiento
2010	López, Vazquez y Montes	La satisfacción que supone el emprendimiento innovador está relacionada negativamente con el Mobbing, es decir, el emprendedurismo conformista estaría determinado por la violencia organizacional.	Clima → emprendimiento → Satisfacción
2010	Molero, Recio y Cuadrado	El liderazgo evitativo estaría vinculado con el emprendimiento conformista mientras que los estilos transformacional, desarrollador y correctivo estarían vinculados con la dimensión innovadora del emprendimiento.	Liderazgo → emprendimiento
2010	Moreno, Ríos, Canto, García y Perles	Las emociones negativas serían determinantes del emprendimiento conformista, mientras que las emociones positivas influirían sobre la dimensión innovadora del emprendimiento.	Emotividad → emprendimiento
2010	Omar	Liderazgo, confianza y satisfacción serían determinantes del emprendimiento tanto en sus dimensiones conformista como innovadora.	Liderazgo → emprendimiento → satisfacción

2010	Yáñez, Arenas y Ripoll	El clima de relaciones estaría relacionado tanto negativa como positivamente con ambas dimensiones conformista e innovadora del emprendimiento.	Clima → Emprendimiento
2011	Adenike	La satisfacción organizacional sería determinada por emprendimiento en su dimensión innovadora, mientras que la insatisfacción estaría influida por el emprendimiento conformista.	Emprendimiento → Satisfacción
2011	Celik, Turunc y Begenirbas	La confianza determinaría a la innovación y el Burnout afectaría al conformismo.	Confianza → Emprendimiento
2011	Galindo y Echavarría	La producción del conocimiento está relacionada con la creatividad y la innovación que suponen los proyectos emprendedores.	Creatividad → Emprendimiento
2011	Jyoti y Jyoti	Las diferencias psicológicas anticiparían asimetrías emprendedoras en ambas dimensiones de conformidad e innovación.	Emotividad → Emprendimiento
2011	Rodríguez, Retamal, Lizana y Cortejo	La productividad y el rendimiento afectarían al emprendimiento, pero la satisfacción anticiparía su dimensión innovadora.	Emprendimiento → Productividad
2011	Rojas, García y García	La formación profesional influiría sobre el emprendimiento, la violencia formativa determinaría la conformidad, la flexibilidad correlacionaría con la innovación y las competencias tecnológicas estarían vinculadas con ambas dimensiones del emprendimiento.	Emprendimiento → Capacitación
2011	Yuangion	La identidad determina el emprendimiento y al covariar con las percepciones de autoeficacia predice a la dimensión innovadora	Identidad → Emprendimiento
2012	Anwar y Norulkamarr	El liderazgo incide sobre la satisfacción a través del emprendimiento en su dimensión innovadora.	Liderazgo → Emprendimiento
2012	Díaz, Hernández y Roldán	La formación emprendedora está supeditada a la gestión, curriculum, producción y transferencia del conocimiento.	Curriculum → Emprendimiento → Transferencia
2012	Hallak, Brown y	La identidad influyó sobre el emprendimiento a medida que el arraigo se intensificaría, la conformidad	Identidad → Emprendimiento

	Lindsay	se exacerbaría.	o
2012	Hazlina, Mohd y Rohaida	La gestión influye sobre el desempeño a través del emprendimiento en ambas dimensiones.	Gestión → Emprendimiento o
2012	Partida, Carrera y Villareal	La motivación determina al emprendimiento, la dimensión extrínseca influiría sobre la dimensión conformista y la dimensión intrínseca sobre la dimensión innovadora.	Motivación → Emprendimiento o
2012	Tayo y Adeyemi	El compromiso como determinante del desempeño incide sobre el emprendimiento innovador o conformista según el grado de productividad.	Compromiso → Emprendimiento o
2012	Vargas y Arenas	La calidad educativa al incidir sobre la formación profesional determinaría al emprendimiento	Calidad → Emprendimiento o
2013	Cardon, Gregoire, Stevens y Patel	El emprendimiento es multidimensional porque está conformado por factores perceptuales e intencionales	Emprendimiento o → Percepciones → Intenciones
2013	Danes & Joyoung	El compromiso estaría vinculado con la responsabilidad a través del emprendimiento	Compromiso → Emprendimiento o → Responsabilidad
2013	Escamilla y Caldera	El capital social, indicado por la identidad determinaría la percepción de oportunidad, principal indicador del emprendimiento	Capital → Identidad → Emprendimiento o
2013	Rante y Warokka	La cultura laboral al influir sobre la administración a través del emprendimiento supone roles y estilos de dirección que incrementan la innovación o exacerban la conformidad	Cultura → Emprendimiento o
2013	Zampetakis y Mostakis	La visión estratégica sería un indicador del emprendimiento.	Emprendimiento o → Visión

Fuente: Elaboración propia

Incluso, los estudios del emprendedurismo han demostrado que la creatividad, innovación, intención, percepción, oportunismo, confianza, emotividad, capacitación, compromiso y visión son sus indicadores (Morales, Ariza y Muñoz, 2012). Por

consiguiente, la especificación del emprendedurismo incluiría ocho dimensiones para su contraste empírico (véase figura 4).

Figura 4. Estado del conocimiento del emprendedurismo social.

Fuente: García (2014).

Sin embargo, la capacidad al ser un factor complejo de tres indicadores; valores, conocimientos y habilidades estaría configurando un constructo complejo como la agencia (Moreno, Ríos, Canto, García y Perles, 2010). En el mismo sentido, el compromiso al estar relacionado con la satisfacción estaría vinculado con otro factor complejo como el desempeño. La propensión al futuro o competencias formativas también implica un grado de complejidad que exacerbaría al emprendimiento hasta reducirlo a su dimensión innovadora y ésta misma dimensión estaría más relacionada con la competitividad más que la simple producción de conocimiento. A su vez, la confianza sería un factor previo al emprendimiento, un determinante antecedente y no reflejante. Es decir, el emprendimiento parece estar en medio de constructos generales y específicos. En este sentido, se propone modelar más bien el oportunismo, uno de sus indicadores y desglosarlo en ocho dimensiones.

Especificación del modelo de emprendedurismo social.

La especificación del emprendedurismo está sustentada en la hipótesis según la cual los determinantes y reflejantes lo ubican en una zona intermedia como factor e indicador. En este sentido, se procedió a modelar más bien un indicador esencial el oportunismo como inicio del proceso emprendedor.

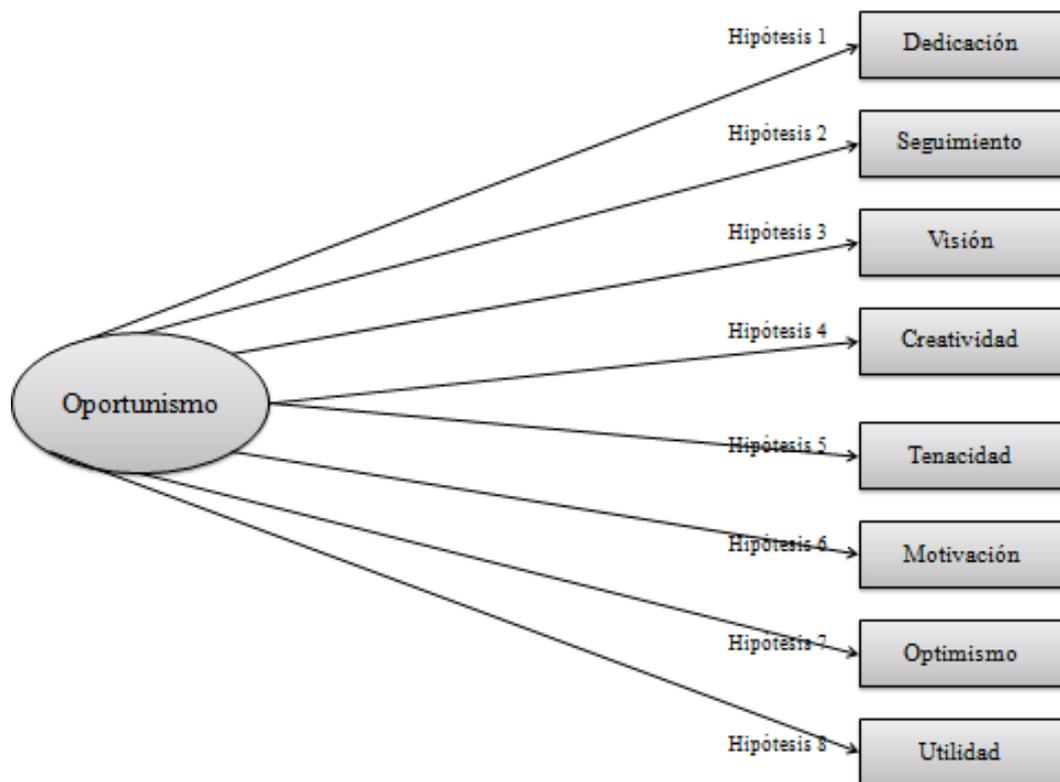
Es así como el oportunismo tendría ocho dimensiones que lo reflejan y cuya prueba empírica explicaría las variaciones de conformidad e innovación. Un aumento de las variaciones de sus indicadores permitiría explicar el grado de emprendimiento conformista o innovador y con ello las relaciones con otros factores.

La dedicación no sólo estaría activada por la percepción de oportunidad, sino además explicaría la consistencia del emprendimiento en situación de incertidumbre (hipótesis 1). En este sentido, el seguimiento de las oportunidades es factor preponderante para la asociación de ideas que supone el oportunismo (hipótesis 2). Una vez establecido el seguimiento, acto continuo será la visión que se entiende como una asociación prospectiva de un plan y que necesariamente estaría vinculado con escenarios posibles (hipótesis 3). Por su parte, la creatividad permitiría explicar la variación del oportunismo ya no en función de las situaciones, sino de las repuestas de los agentes ante dichas situaciones (hipótesis 4). Una vez establecida una asociación de

ideas y expuestas en proyecto, la tenacidad permitiría explicar la consistencia de las propuestas aún y cuando éstas parecen desvinculadas de las situaciones (hipótesis 5).

Empero, el proceso esgrimido requiere del factor motivacional ya no como un determinante del emprendimiento, sino como un síntoma que impulsa a los demás indicadores (hipótesis 6). Gran parte del impulso motivacional estaría centrado en el optimismo ya que se requiere un ritual alterno al conocimiento para crear ideas contrastables y útiles (hipótesis 7). Precisamente, la percepción de los beneficios esperados frente a los costes planificados es un factor que mantiene el grado de motivación de las ideas propuestas (hipótesis 8).

Figura 5. Especificación del modelo de emprendedurismo social



Fuente: Elaboración propia.

Discusión.

El emprendedurismo en un contexto de migración y comercialización de los recursos naturales en Xilitla está determinado por representaciones, hábitos, campos y

capitales desde los cuales se diseminan indicadores de confianza, compromiso, innovación, gestión, liderazgo, competitividad y desempeño. Una revisión de los estudios en torno a los determinantes del espíritu emprendedor confirma supuestos en torno a los cuales la resiliencia es un factor consustancial a su surgimiento cuando se gestan dinámicas estresantes en las que el agotamiento, despersonalización o frustración emergen como sus principales síntomas (Vargas, 2011). Empero, el emprendedurismo subyace en contextos de arraigo e identidad los cuales son aprovechados por las transnacionales al momento de establecer alianzas con pymes locales y cooperativas locales. En este sentido, las capacidades emprendedoras adquieren nuevas estrategias de producción, distribución y venta aprovechando redes de relaciones comunitarias (Vargas, 2013).

Las representaciones sociales de las marcas globales parecen formar hábitos de consumo desde los que se construyen campos discursivos de poder que dan valor a los productos y servicios transnacionales a través de las organizaciones locales. En este proceso se compaginan los modelos de alianzas estratégicas con los recursos discursivos que se desarrollaron en las comunidades a partir de la entrada de multinacionales (Cardon, Gregoire, Stevens y Patel, 2013). Lejos de usurpar los recursos naturales, las transnacionales aprovecharon los contextos discursivos para implementar modelos de negocios que se complementaron con el aprendizaje de los migrantes en su travesía por los EU.

De este modo, el emprendedurismo en Xilitla reduce las diferencias entre multinacionales y pymes locales para construir discursos en torno a la cooperación, compromiso e innovación plasmados en la producción de café orgánico y promoción ecoturista que hacen de Xilitla un pueblo mágico emprendedor.

El proceso que implicó la transformación de una localidad migrante a una comunidad comerciante significó el cambio de representaciones sociales el cual consistía en símbolos de subsistencia fuera de la región. Una vez en los EU los migrantes aprendieron hábitos de consumo que les influyó en sus decisiones de retornar a Xilitla para implementar los modelos de comercio aprendidos. Su llegada a Xilitla fue respaldada con campos discursivos en torno a los cuales ellos representaban el progreso para la comunidad no sólo en términos económicos, sino además en aspectos sociales. En ese sentido, la inversión de capital semilla se complementó con las políticas de fomento empresarial que el gobierno federal y local se encargaron de diseminar entre quienes podían valorar y utilizar responsablemente el capital encomendado. Por último, la llegada del capital extranjero complementó la dinámica

empresaria de Xilitla ya que permitió la construcción de infraestructura hotelera que potencializó a la comunidad como pueblo mágico, ecoturista y caficultor.

Sin embargo, está pendiente la explicación en torno a la relación entre transnacionales y pymes ante sequías e inundaciones. En efecto, el cambio de clima parece ser la amenaza potencial de la región ya que sus actividades dependen directamente de la distribución equitativa del agua. Un desbalance en la asignación de agua entre transnacionales, pymes y comunidades incidiría en los modelos de producción, distribución y venta.

La Teoría de la Fiabilidad Social (SRT por sus siglas en inglés) señala que a diferencia de los contextos de satisfacción de vida en los que la confianza y el compromiso son sus principales ejes, en un contexto de incertidumbre el emprendedurismo subyace como una respuesta solidaria ante la desgracia ecológica, económica o social. Precisamente, las representaciones, hábitos, campos, capitales y capacidades emprendedoras en Xilitla parecen converger más con el modelo emprendedor de estabilidad en referencia al modelo de incertidumbre.

Es por ello fundamental promover la fiabilidad social entre los actores implicados en el desarrollo local de Xilitla. No obstante, la participación del gobierno local y federal ya no sólo se reduciría a la asignación de capital semilla, sino que ahora su función consistiría en la organización de una red de libertades, oportunidades, capacidades y responsabilidades traducidos a un sistema de gobernanza. La transparencia en la asignación de recursos financieros no sería suficiente si ante una contingencia o catástrofe las autoridades procuraran el bienestar de un sector en detrimento de otro. Se requiere un sistema de gobierno en el que las decisiones ya no sean discrecionales y se ajusten a principios de Desarrollo Local Sustentable.

La gobernanza de los recursos naturales orientada al desarrollo local supone la construcción de una agenda pública en la que los temas centrales son relativos a la fiabilidad social y el emprendimiento.

Conclusión.

El espíritu empresarial supone la implementación de políticas de fomento productivo en comunidades y localidades que establecen alianzas estratégicas con transnacionales a través de pymes. Asimismo, es el resultado de un proceso de representación social en el que su núcleo central está conformado por valores, habilidades y conocimientos de emprendimiento transmitidos de generación en generación. Son las experiencias en su estancia como migrantes en los EU las que

complementan las representaciones sociales y develan habitus heredados en Xilitla y adquiridos en EU.

Es en el habitus adquirido de donde se derivan campos discursivos de poder que hicieron líderes a los ex migrantes ya que se los considera por parte de la comunidad como ejemplos a seguir en cuanto a espíritu empresarial se refiere. Palabras tales como; “marketing”, “business”, “commitment” o “capabilities” han sido incorporados en la comunidad como símbolos de poder discursivo y significados de comercio. Aunado a los campos discursivos, la formación de microempresarios se llevó a cabo a partir de la confianza y la cooperación que se tradujeron en alianzas estratégicas de la comunidad para con trasnacionales.

En suma, la localidad de Xilitla adquirió las capacidades empresariales suficientes para promoverse como pueblo mágico, ecoturista y caficultor. Una vez que su imagen de migrante fue transformada en una imagen de comercio, la comunidad y sus autoridades están ante la posibilidad de enfrentar contingencias ambientales que trastoken su desarrollo local.

Referencias.

- Adenike, A. (2011). Organization climate as a predictor of employee job satisfaction. *Business Intelligence Journal*, 4, 151-166.
- Anwar, F. y Norulkamar, U. (2012). Mediating role of organizational commitment among leadership and employee outcomes, and empirical evidence from telecom sector. *Processing International Seminar on Industrial Engineering and Management* 2, 116-161.
- Berdecia, Z., González, J. y Carrasquillo, C. (2012). Estilos de liderazgo para el éxito organizacional: estudios de casos múltiples en empresas. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1, 21-32.
- Borjas, L. (2010). El espíritu empresarial desde las representaciones sociales: caso Venezuela. *Ciencias Sociales*, 5, 149-165.
- Cardon, M., Gregoire, D., Stevens, C. y Patel, P. (2013). Measuring entrepreneurial passion: conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28, 373-396.
- Carreón, J., García, C., Morales, M. y Rosas, F. (2013). Compromiso laboral en el Trabajo Social del sector salud. *Invurnus*, 8 (2), 15-23.

- Carreón, J., Morales, M., Rivera, B., García, C. y Hernández, J. (2014). Emprendedurismo migrante y comerciante: Estado del conocimiento. *Tlatemoani*, 15, 1-30.
- Castel, G. y Freundlich, F. (2010). Percepciones de los socios y no socios cooperativista sobre la satisfacción laboral. *Revesco*. 103, 33-58.
- Castro, M. y Martins, M. (2010). The relationships between organizational climate and employee satisfaction in information and technology organization. *Tydskriff vir Bredyfsielkunde*. 36, 1-9.
- Caykoylu, S., Egri, C., Havlovic, S. y Bradley, C. (2011). Key organizational commitment antecedents for nurses, paramedical professionals and non-clinical staff. *Journal of Health Organization and Management*. 25, 7-33.
- Celik, M., Turunc, O. y Begenirbas, M. (2011). The role of organizational trust, Burnout and interpersonal deviance for achieving organizational performance. *International Journal of Business and Management Studies*. 3, 179-190.
- Chiang, M., Méndez, G. y Sánchez, G. (2010). Cómo influye la satisfacción laboral sobre el desempeño: caso empresa de reatail. *Revista Theoria*. 19, 21-36.
- Chinchilla, N. y Cruz, H. (2010). Diversidad y paradigmas de empresa: un nuevo enfoque. *Revista Empresa y Humanismo*, 14, 47-79.
- Coronel, A. (2010). Capacitación del capital humano para una inversión de desarrollo. *Eureka*, 7, 71-76.
- Cuesta, A. (2012). Modelo integrado de gestión humana y del conocimiento: una tecnología de aplicación. *Revista Venezolana de Gerencia*, 57, 86-98.
- Danes, S. y Juyoung, J. (2013). Copreneural identity development during new venture creation. *Journal of Family Business Management*, 3, 45-61.
- Díaz, C., Hernández, R. y Roldán, J. (2012). A structural model of the antecedents to entrepreneurial capacity. *International Small Business Journal*, 30, 850-872.
- Díaz, S. (2013). Lo humano en la Teoría de las Organizaciones. *Visión gerencial*, 12, 45-57.
- Figueiredo, H., Grau, E., Gil, P. y García, J. (2012). Síndrome de quemarse por el trabajo y satisfacción laboral en profesionales de enfermería. *Psothema*, 24, 271-276.
- Fuentes, F. y Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28, 1-28.

- Galindo, R. y Echavarría, M. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la escuela de ingeniería de Antioquia. *Revista de la Escuela de Ingeniería de Antioquia*, 15, 85-94.
- García, C., Carreón, J. y Bustos, J. (2012). Socialización y compromiso laboral en trabajadoras sociales de instituciones públicas y privadas. *Humanismo y Trabajo Social*, 11, 177-192.
- García, C., Carreón, J. y Hernández, J. (2014). La formación profesional del capital humano en la civilización del cambio climático. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 10 (1), 107-125.
- García, C., Carreón, J., Hernández, J. y Morales, M. (2014). Contraste de un modelo de compromiso laboral en centros de salud pública. *Acta Universitaria*, 24 (1), 48-59.
- García, C., Carreón, J., Hernández, J., Bautista, M. y Méndez, A. (2012). Modelamiento de variables sociopsicorganizacionales a partir de la revisión del estado del arte. *Revista de la Facultad de Trabajo Social*, 28 (28), 13-60.
- Gargallo, A. (2010). Percepciones de los socios y no socios cooperativistas sobre la satisfacción laboral. *Revesco*, 103, 33-58.
- Gaxiola, J., Frías, M., Hurtado, M., Salcido, L. y Figueroa, M. (2011). Validación del inventario de resiliencia (IRES) en una muestra del noreste de México. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 16, 73-83.
- González, E. y Pérez, E. (2012). Condiciones laborales y desgaste profesional en trabajadores de salud. *Alternativas en Psicología*, 27, 8-22.
- González, F., Sánchez, S. y López, T. (2011). Satisfacción laboral como factor crítico para la calidad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 1047-1068.
- Guillén, M. Lleó, A. y Perles, G. (2011). Repensando la confianza como factor crítico en la gestión organizativa. *Cuadernos de Gestión*, 11, 33-47.
- Hallak, R., Brown, G. y Lindsay, N. (2012). The place identity performance relationships among tourism entrepreneurs: a structural equation modeling analysis. *Tourism Management*, 33, 143-154.
- Hazlina, N., Mohd, A. y Rohaida, S. (2012). Nurturing intrapreneurship to enhance job performance: the role of pro-intrapreneurship organizational architecture. *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises* 9, 1-9.

- Joignant, A. (2012). Habitus, campo y capital. Elementos para una teoría general del capital político. *Revista Mexicana de Sociología*, 74, 587-618.
- Jyoti, J. y Jyoti S. (2011). Factors affecting orientation and satisfaction of women entrepreneurs in rural India. *Annals of Innovation Entrepreneurships*, 2, 1-8.
- Lanier, J. (2012). Leadership and organizational theory dynamics between middle market private equity forms and the portfolio companies they control. *Journal of Practical Consulting*, 4, 6-21.
- Long, H. (2013). The relationships among learning orientation, market orientation, entrepreneurial orientation, and firm performance. *Management Review*, 20, 37-46.
- López, Á., Vázquez, P. y Montes, C. (2010). Mobbing: antecedentes psicosociales y consecuencias sobre la satisfacción laboral. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42, 215-224.
- Manning, A. (2010). Development of the psychological climate scale for small business. *Journal of New Business Ideas & Trends*. 8, 50-63.
- Mendoza, M., Orgambidez, A. y Carrasco, A. (2010). Orientación de la calidad total, satisfacción laboral, comunicación y compromiso en establecimientos de turismo rural. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 8, 351-361.
- Molero, F., Recio, P., y Cuadrado, I. (2010). Liderazgo transformacional y transaccional: un análisis de la estructura factorial del multifactor Leadership Questionnaire (MLQ). *Psicothema*. 22, 495-501.
- Morales, A., Ariza, A. y Muñiz, N. (2012). El emprendedor social y e-empowerment de las redes sociales. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 152-177.
- Moreno, M., Ríos, L., Canto, J., García, J. y Perles, F. (2010). Satisfacción laboral y Burnout en trabajos poco cualificados: diferencias entre sexos en población inmigrante. *Revista de Psicología del Trabajo y las Organizaciones*, 26, 255-265.
- Omar, A. (2010). Liderazgo transformador y satisfacción laboral: el rol de la confianza en el supervisor. *Liberabit*. 17, 129-137.
- Rante, Y. y Warokka, A. (2013). The interrelative nexus of indigenous economic growth and small business development: do local culture, government role, and entrepreneurial behavior play the role? *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises*. 19, 1-19.

- Ríos, M., Téllez, M. y Ferrer, J. (2010). El empoderamiento como predictor del compromiso organizacional en las pymes. *Contaduría y Administración*. 231, 103-125.
- Rodríguez, A., Retamal, R., Lizana, J. y Cornejo, F. (2011). Clima y satisfacción laboral como predictores del desempeño: en una organización estatal chilena. *Salud y Sociedad*. 2, 219-234.
- Rojas, R., García, V. y García, E. (2011). The influence on corporate entrepreneurship of technological variables. *Industrial management & Data System*, 111, 984-1005.
- Sen, A. (2011). *The idea of justice*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sobrados, L. y Fernández, E. (2010). Competencias emprendedoras y desarrollo del espíritu empresarial en los centros educativos. *Educación XXI*, 13, 15-38.
- Tayo, E. y Adeyemi, A. (2012). Job involvement & organizational commitment as determinants of job performance among educational resource centre personal. *European Journal of Globalization and Development Research*. 5, 301-313.
- Vargas, J. (2011). Organización del trabajo y satisfacción laboral: un estudio de caso en la industria del calzado. *Revista Electrónica Nova Scientia*. 4, 172-204.
- Vargas, J. (2013). Las organizaciones como cerebros para generar capital social. *International Journal of Good Conscience*, 8, 82-93.
- Vargas, J. y Mota, C. (2013). Gerencia social para la equidad de género en las organizaciones. *International Journal of Good Conciensus*, 8, 130-47.
- Vargas, M. y Arenas, M. (2012). Competencias emprendedoras en estudiantes de psicopedagogía de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1, 25-30.
- Vera, L., Madrazo, S. y García, L. (2011). Fuentes de satisfacción laboral en campesinos asalariados jóvenes. *Revista Concyteg*. 77, 1281-1306.
- Yáñez, R., Arenas, M. y Ripoll, M. (2010). El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral. *Liberabit*. 16, 193-202.
- Yuangion, Y. (2011). The impact of strong ties on entrepreneurial intention. An empirical study based on the mediating role of self-efficacy. *Journal Entrepreneurship*, 3, 147-158.

Zampetakis, L. y Moustakis, V. (2013). Entrepreneurial behavior in the Grekk public sector. Emerald, 13, 1-23

ANEXO.

Tabla 2. Estado del conocimiento del emprendedurismo social.

Año	Autor	Hallazgos	Especificación
2010	Borjas	El espíritu empresarial fue una temática de opinión pública social más que empresarial u organizativa y estuvo relacionada con la situación económica nacional así como con la creatividad individual. Respecto a los símbolos de representación social el apoyo a microproyectos tuvo como rasgos positivos la independencia del Estado, empero los rasgos negativos fueron considerados como iniciativas intermitentes y efímeras.	El emprendimiento es un tema de opinión pública dado el grado de representación social. En este sentido, su dimensión innovadora estaría vinculada con los temas establecidos en la agenda de producción del conocimiento.
2010	Chiang, Mendez y Sánchez	Establecieron una asociación negativa y significativa entre la antigüedad laboral y la satisfacción con la remuneración ($r = -.83$; $p = .01$). Asimismo, encontraron una relación negativa y significativa entre la satisfacción con las oportunidades de desarrollo y la orientación al logro ($r = -.087$; $p = .05$). Finalmente, encontraron que la satisfacción con la forma de reconocimiento está vinculada negativa y significativamente con la orientación al cliente ($r = -.094$; $p = .05$).	El emprendedurismo está determinado por las oportunidades al interrelacionarse con la antigüedad laboral, pero sus dimensiones conformista e innovadora parecen estructurarse en torno a las capacidades.
2010	Fuentes y Sánchez	No se encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto a la expectativa e iniciativa de emprender un proyecto, pero en cuanto a los perfiles correspondientes al espíritu emprendedor las mujeres consideran que se requiere iniciativa, creatividad e inventiva mientras que los hombres se inclinan por los retos y las oportunidades de las cuales se deriva su entusiasmo a los desconocidos.	La creatividad que supone el emprendimiento está relacionada con la identidad femenina. En este sentido, el emprendimiento innovador adquiere un matiz femenino y el emprendimiento conformista un matiz masculino.

2010	López, Vazquez y Montes	La satisfacción laboral se relacionó negativamente con todas y cada una de las dimensiones del mobbing. Sólo el rol, liderazgo y apoyo correlacionaron positivamente con los tres factores de la satisfacción laboral. El Número Total de Estrategias de Acoso influyó directa, negativa y significativamente sobre la supervisión y las prestaciones ($\beta = -.56$; $R^2_{ajustada} = .31$; $p = .010$; $\beta = .63$, $R^2_{ajustada} = .40$, $p .010$). El índice Global de Acoso Psicológico determinó negativa y significativamente al ambiente físico ($\beta = .64$, $R^2_{ajustada} = .41$; $p = .010$).	La satisfacción que supone el emprendimiento innovador está relacionada negativamente con el Mobbing, es decir, el emprendedurismo conformista estaría determinado por la violencia organizacional.
2010	Molero, Recio y Cuadrado	Encontraron cuatro dimensiones del MLQ; Liderazgo Transformacional, Desarrollador, Correctivo y Evitador. Todos correlacionan positivamente (r respectivas de .90, .99 y .87) entre sí excepto por el factor evitativo (r respectivas de -.87, -.83 y -.78)	El liderazgo evitativo estaría vinculado con el emprendimiento conformista mientras que los estilos transformacional, desarrollador y correctivo estarían vinculados con la dimensión innovadora del emprendimiento.
2010	Moreno, Ríos, Canto, García y Perles	Establecieron diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto al nivel de ruido en el trabajo ($F = 9.329$; nivel de significancia de .003). La satisfacción de ocio, falta de estabilidad, eficacia profesional y cinismo fueron determinantes de la satisfacción laboral ($\beta = .508$; $R^2 = .248$; $F = 27.416$; $\beta = -.335$; $R^2 = .351$; $F = 22.688$; $\beta = .286$; $R^2 = .422$; $F = 20.472$; $\beta = -.192$; $R^2 = .445$; $F = 17.042$ en hombre respectivamente). Agotamiento, falta de estabilidad, tiempo de ocio y control estricto ($\beta = -.550$; $R^2 = .293$; $F = 33.809$; $\beta = -.248$; $R^2 = .335$; $F = 20.871$; $\beta = .211$; $R^2 = .364$; $F = 16.080$; $\beta = -.187$; $R^2 = .391$; $F = 13.694$ en mujeres respectivamente)	Las emociones negativas serían determinantes del emprendimiento conformista, mientras que las emociones positivas influirían sobre la dimensión innovadora del emprendimiento.
2010	Omar	Asociaciones significativas entre liderazgo, confianza y satisfacción laboral. El género, la antigüedad y el liderazgo afectaron a la satisfacción a través de la confianza ($\beta = -.136$; $\beta = .197$; $\beta = .421$ respectivamente y	Liderazgo, confianza y satisfacción serían determinantes del emprendimiento tanto en sus dimensiones conformista como innovadora.

		$\beta = .510$ para confianza; $R^2_{ajustada} = .447$; $F = 7146$; 7 grados de libertad y significancia menor a .01)	
2010	Yáñez, Arenas y Ripoll	Las relaciones interpersonales con los jefes de área inciden en la satisfacción laboral de los trabajadores. En este sentido, la planeación estratégica incidió sobre el clima de tareas y con ello generó relaciones humanas de confianza y cooperación.	El clima de relaciones estaría relacionado tanto negativa como positivamente con ambas dimensiones conformista e innovadora del emprendimiento.
2011	Adenike	La satisfacción laboral se relacionó con el clima organizacional ($r = .66$; $p = .010$). Un incremento en los valores de las relaciones de tareas significó un aumento en los valores de satisfacción de vida indicados por niveles altos de compromiso, confianza, creatividad e innovación, así como niveles bajos de conformidad, obediencia, cansancio, agotamiento, frustración y despersonalización .	La satisfacción organizacional sería determinada por emprendimiento en su dimensión innovadora, mientras que la insatisfacción estaría influida por el emprendimiento conformista.
2011	Celik, Turunc y Begenirbas	La confianza organizacional y el síndrome del exceso de trabajo afectaron indirectamente al desempeño organizacional a través del desvío interpersonal. ($\beta = -.25$ y $\beta = .29$; $p = .010$)	La confianza determinaría a la innovación y el Burnout afectaría al conformismo.
2011	Galindo y Echavarría	Creatividad, innovación y valor de conocimiento fueron similares en las tres muestras, aunque los estudiantes tienen una mayor propensión al riesgo en comparación a los profesores, la proactividad es el elemento menos importante mientras que la búsqueda de información se manifiesta como la habilidad más importante.	La producción del conocimiento está relacionada con la creatividad y la innovación que suponen los proyectos emprendedores.
2011	Jyoti y Jyoti	Los factores psicológicos determinaron orientación empresarial ($\beta = .25$) ya que los demás factores se aproximaron a cero. A su vez, el espíritu empresarial influyó sobre la satisfacción laboral ($\beta = .57$). En el caso de los factores psicológicos en referencia a la satisfacción laboral su relación fue espuria porque se aproximó a cero ($\beta = .056$).	Las diferencias psicológicas anticiparían asimetrías emprendedoras en ambas dimensiones de conformidad e innovación.

2011	Rodríguez, Retamal, Lizana y Cortejo	La satisfacción laboral influyó en el desempeño organizacional ($\beta = .46$; $p = .000$) y en el rendimiento y la productividad ($\beta = .68$; $p = .000$)	La productividad y el rendimiento afectarían al emprendimiento, pero la satisfacción anticiparía su dimensión innovadora.
2011	Rojas, García y García	La alta dirección influye en ejecutivos intermedios a través de la formación profesional de competencias tecnológicas las cuales son consideradas como antecedentes del espíritu emprendedor así como el desempeño organizacional. Los instrumentos establecieron ocho factores. En el primero, la flexibilidad organizacional incluyó tres factores (pesos factoriales de .96, .91 y .89). El factor de habilidades tecnológicas incluyó cuatro factores (.78, .82, .81, .80). la infraestructura tecnológica (.83, .70, .86, .78, .65, .65). El factor de manejo de soporte se conformó por cuatro indicadores (.81, .88, .90, .87). el aprendizaje organizacional obtuvo cuatro reactivos (.85, .86, .85, .82). Por su parte las competencias tecnológicas se estructuraron en cuatro (.74, .86, .85, .75 y .82). La corporación del espíritu empresarial también incluyó cuatro (.72, .65, .89 y .71). Por último, la ejecución organizacional incluyó cinco (.66, .81, .69, .88 y .69). El espíritu emprendedor corporativo fue influido por las competencias tecnológicas ($\beta = .37$). a su vez ésta variable afectó a la ejecución organizacional ($\beta = .67$).	La formación profesional influiría sobre el emprendimiento, la violencia formativa determinaría la conformidad, la flexibilidad correlacionaría con la innovación y las competencias tecnológicas estarían vinculadas con ambas dimensiones del emprendimiento.
2011	Yuangion	La intención emprendedora empresarial fue influida por el arraigo y los fuertes con la comunidad a través de la autoeficacia empresarial ($\beta = .76$, $\beta = .22$ y $\beta = .17$). A medida que la identificación con el sistema empresarial local se incrementa, produce un efecto positivo en el aumento del espíritu empresarial a través de tres factores de capacidades percibidas ($\beta = .25$, $\beta = .17$, $\beta = .13$).	La identidad determina el emprendimiento y al covariar con las percepciones de autoeficacia predice a la dimensión innovadora

2012	Anwar y Norulkamar	El compromiso laboral se relacionó positivamente con el liderazgo, el desempeño y la satisfacción (r respectiva de $.105$, $.433$, $.431$ y $.281$; $p = .05$). El compromiso determinó el desempeño laboral ($\beta = .105$; $p = .05$) y la satisfacción ($\beta = .43$; $p = .05$). El liderazgo transformacional y transaccional con el desempeño laboral ($\beta = .152$ y $\beta = .107$; $p = .05$), la satisfacción ($\beta = .603$ y $\beta = .305$; $p = .001$) y al compromiso ($\beta = .431$ y $\beta = .281$; $p = .001$).	El liderazgo incide sobre la satisfacción a través del emprendimiento en su dimensión innovadora.
2012	Díaz, Hernández y Roldán	La educación, formación, investigación, desarrollo y transferencia de normas culturales y sociales. En los casos de la educación y la formación fueron transmisores de los efectos de las normas sobre el espíritu empresarial. Por último, la transferencia y el desarrollo de investigación influyeron en la capacidad empresarial.	La formación emprendedora está supeditada a la gestión, curriculum, producción y transferencia del conocimiento.
2012	Hallak, Brown y Lindsay	Se especificaron cuatro factores. El primero correspondió al factor de identidad de la plaza (pesos factoriales $.88$, $.58$ y $.88$ pesos factoriales para reactivos 1 al 3). El segundo factor, correspondió a la autoeficacia del espíritu empresarial (incluyó cinco reactivos con pesos de $.69$, $.73$, $.74$, $.79$ y $.68$). El tercer factor se refiere al soporte comunitario (pesos factoriales de $.89$, $.73$, $.74$, $.79$, y $.78$ para los ítems 4 al 9). Finalmente, el factor de espíritu empresarial (sólo incluyó $.60$ y $.50$ para negocios subjetivos). La identificación con el lugar influyó sobre la eficiencia emprendedora. En los casos en los que los negocios tenían una tradición en referencia al lugar turístico, el espíritu empresarial se había visto afectado por dicho arraigo.	La identidad influyó sobre el emprendimiento a medida que el arraigo se intensificaría, la conformidad se exacerbaría.
2012	Hazlina, Mohd y Rohaida	El soporte administrativo y de gestión fue el determinante del espíritu empresarial ($\beta = .33$). a su vez el emprendimiento incidió sobre el desempeño laboral ($\beta = .65$). Es	La gestión influye sobre el desempeño a través del emprendimiento en ambas dimensiones.

		decir, a medida que la empresa facilitaba los recursos incentivaba la productividad personal a través del espíritu empresarial.	
2012	Partida, Carrera y Villareal	En México, a diferencia de Turquía y Estados Unidos, los factores motivacionales son considerados como elementos claves del espíritu emprendedor. Asimismo, las barreras son mayormente percibidas en México que en los demás países. Es decir en México se considera que la fuerza laboral no es fiable, las estructuras económicas son asimétricas, la competencia es excesiva, falta capacitación y comercialización, burocracia en la regulación comercial, capital financiero disponible a largo plazo, problemas de suministro eléctrico e inseguridad pública.	La motivación determina al emprendimiento, la dimensión extrínseca influiría sobre la dimensión conformista y la dimensión intrínseca sobre la dimensión innovadora.
2012	Tayo y Adeyemi	Correlacionaron al compromiso organizacional con el desempeño laboral ($r = .075$; $p = .05$). En situaciones de emprendimiento colaborativo entre trasnacionales y pymes, se observaron niveles de compromiso mayores que en situaciones de implementación de modelos de negocios financiados por organizaciones financieras locales.	El compromiso como determinante del desempeño incide sobre el emprendimiento innovador o conformista según el grado de productividad.
2012	Vargas y Arenas	86% considera que la calidad educativa es fundamental para las habilidades empresariales, 77% están dispuestas a reorientar sus proyectos ante un inminente fracaso, 90% tiene una idea clara de su futuro personal, 72% tiene un interés por lo nuevo, 90% se consideran asertivos y 60% están dispuestos a trabajar en equipo.	La calidad educativa al incidir sobre la formación profesional determinaría al emprendimiento
2013	Cardon, Gregoire, Stevens y Patel	Encontraron tres dimensiones del espíritu emprendedor; invención, fundamentación y desarrollo. A su vez estas dimensiones tuvieron como indicadores a las intenciones y percepciones de control.	El emprendimiento es multidimensional porque está conformado por factores perceptuales e intencionales
2013	Danes & Joyoung	La evaluación del compromiso empresarial fue determinada por la autoevaluación de compromiso ($\beta = .62$). A su vez se	El compromiso estaría vinculado con la responsabilidad a través

		estableció una correlación con la autoevaluación del compromiso empresarial ($\beta = .17$). Es decir, a medida que el grado de responsabilidad se incrementa, el espíritu emprendedor también tiene un aumento en sus valores relativos al compromiso y la autoevaluación.	del emprendimiento
2013	Escamilla y Caldera	La percepción de oportunidad fue determinada por la identidad de género masculina mientras ($\beta = 0,688$; $p = 0,05$), mientras que fue influida por la identidad de género femenina ($\beta = 0,495$; $p = 0,05$). Respecto al capital social emprendedor, la identidad masculina incidió en mayor medida que la identidad de género femenina ($0,661$; $p = 0,05$). Y el miedo al fracaso influyó más en la identidad femenina ($0,448$; $p = 0,05$).	El capital social, indicado por la identidad determinaría la percepción de oportunidad, principal indicador del emprendimiento
2013	Rante y Warokka	La cultura local y el rol de gobierno determinaron el espíritu empresarial ($\beta = .77$ y $\beta = .72$ respectivamente). Por su parte el emprendimiento incidió sobre el manejo empresarial ($\beta = .53$).	La cultura laboral al influir sobre la administración a través del emprendimiento supone roles y estilos de dirección que incrementan la innovación o exacerban la conformidad
2013	Zampetakis y Mostakis	La visión estratégica empresarial fue afectada por el espíritu emprendedor y este también correlacionó con las características de los trabajadores. Tanto en trabajo energético como el campo de orientación fueron factores que explicaron el espíritu empresarial, en interrelación con la visión estratégica. A mayor perspectiva de negocios en el sector, la estrategia se intensifica sobre las expectativas empresariales.	La visión estratégica sería un indicador del emprendimiento.